

Coccinelle Supermarché

Romainville :



Le nouveau Coccinelle Supermarché qui a ouvert ses portes à la fin février 2011.

Arborant fièrement les couleurs du concept de Coccinelle supermarché depuis le mois de février, le point de vente de Romainville se distingue tout de suite par un dynamisme à toute épreuve incarné par ses deux associés. Une équipe jeune, souriante et disponible qui symbolise parfaitement l'état d'esprit d'une enseigne qui se modernise.

le défi permanent



Le Coccinelle avant la rénovation du point de vente.

« Fermez le magasin de temps en temps, et reposez-vous un peu ! » En invitant Benjamin Telliez et Elie Delaunay, respectivement âgés de 32 et 31 ans, à prendre un peu de bon temps, les clients du Coccinelle de Romainville ne tarissent pas d'éloges pour saluer le travail fourni par ces deux jeunes entrepreneurs. Mais c'est bien mal connaître ces amis de quinze ans très complémentaires, et qui s'épanouissent pleinement dans leur métier. « Notre esprit commercial et commerçant est totalement sincère ». Après des premiers pas dans une grande enseigne de déstockage il y a dix ans, expérience qui leur a réellement permis de s'aguerrir à l'exercice du commerce et au sens du prix, Benjamin et Elie se tournent rapidement vers l'entreprise indépendante. « La rencontre avec un commercial du réseau Coccinelle grâce à un de nos amis a été déterminante. C'est une enseigne qui a une bonne renommée et qui propose des conditions d'implantation tout à fait raisonnables et à visage humain, en phase avec nos attentes. Nous nous sommes donc mis très vite à la recherche d'un local pour créer notre affaire ».

Et c'est à Romainville que nos deux compères originaires de Sarcelles arrivent en juin 2007. « C'est une commune de 25 000 habitants située à moins de cinq kilomètres de Paris. Il y a un très fort potentiel commercial ici. La population grossit et rajeunit. » De surcroît, les perspectives en matière d'urbanisme donnent raison aux associés. « La création d'une base de loisirs à quelques centaines de mètres va pousser le commerce, on parle aussi beaucoup de l'arrivée du métro avant la fin de la décennie. Plus inquiétant, mais très significative, l'implantation prochaine d'un Monoprix de 3000 m², prouve s'il en est, le développement de la zone de chalandise. » Dès leur arrivée à Romainville, Benjamin et Elie se retroussent les manches. Premier défi : « Il fallait relever l'image de marque du magasin. » Très vite séduits par le dynamisme des associés, les clients sentent un nouveau souffle s'installer dans le magasin de 250 m². « L'amplitude horaire reste un de nos gros points forts. La proximité implique de la disponibilité, des conseils. On est dans un métier de services, où le client aime être reconnu. Aussi, dans la mesure du possible, nous tentons de répondre à leurs attentes. C'est le cas du point chaud qui fait d'incroyables résultats. Il ne faut pas non plus hésiter à produire des petits gestes commerciaux, et savoir rester vigilants dans les commandes pour satisfaire des besoins personnalisés. » Tout comme le fait d'être bien intégrés dans le tissu économique et social. A ce titre, nos associés ne manquent pas d'idées. « Nous sommes sponsors de l'équipe de football de la ville. Nous avons également ouvert un magasin d'alimentation

Reportage

intégralement bio. C'est une façon de dire que nos préoccupations s'adressent à tous ». Un marché qu'ils savent par ailleurs porteur. « Il faut développer le bio chez Coccinelle. Et le concept va nous permettre de l'intégrer par petites touches sur des références incontournables comme les œufs et les produits laitiers ».

Un seul mot d'ordre donc : se distinguer de la concurrence. « Des services comme la livraison à domicile ou la carte de fidélité sont indispensables. Mais l'arrivée du concept a déjà produit ses effets auprès des clients. Rien que la nouvelle enseigne extérieure a revigoré le point de vente ». Benjamin et Elie n'y sont pas allés par quatre chemins.

« Nous avons refait tout le magasin, des faux plafonds à la peinture, en passant par l'équipement. Le résultat donne un point de vente résolument plus moderne et chaleureux, mais surtout mieux achalandé. C'est le cas par exemple de l'alimentation infantile. Nous avons ainsi découvert de nouveaux clients depuis la réouverture, et tout particulièrement des familles avec enfants en bas âge. On ne se doutait pas d'un tel baby-boom à Romainville ». Pour l'heure, le bébé de Benjamin et d'Elie s'appelle Coccinelle, un bébé qui grandit très vite à raison de progression de l'ordre de + 25 % de chiffre d'affaires par mois.



Implanté le long d'une rue à sens unique à faible capacité de parking, le Coccinelle Supermarché nouvelle génération saura bien vite oublier ce léger désagrément.

Achalandé sur sept niveaux comme le préconise le concept, l'ultra-frais offre un choix des plus vastes. Au final, le quota frais du magasin oscille entre 25 et 30 %.





L'espace frais libre-service a fait l'objet de toutes les attentions. Tout le matériel est intégralement neuf, y compris le carrelage dont les couleurs se marient bien avec le gris anthracite des gondoles et meubles froids.

”

Il fallait relever l'image de marque du magasin

“



La cave à vins : un secteur capital pour le chiffre d'affaires du point de vente.



Une fois n'est pas coutume, mais étant donné la configuration particulière du point de vente (un ancien garage), le rayon fruits et légumes se trouve au fond du magasin.